

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat dan kelestarian lingkungan mendorong peningkatan permintaan masyarakat terhadap sumber pangan sehat, termasuk di dalamnya beras organik. Kesehatan manusia dipengaruhi oleh makanan yang dikonsumsi. Manfaat mengonsumsi beras organik terhadap kesehatan dapat dirasakan secara langsung. Produk beras organik dihasilkan dari pertanian yang bebas dari pupuk kimia, pestisida dan bahan kimia berbahaya. Sedangkan dari aspek lingkungan, pertanian organik secara tidak langsung dapat membentuk persepsi masyarakat bahwa sistem pertanian tersebut mampu menjaga kelestarian lingkungan secara berkelanjutan.

Beras organik merupakan beras yang dihasilkan dari cara bercocok tanam padi yang ramah lingkungan. Keunggulan beras organik dibandingkan dengan beras konvensional adalah penggunaan pupuk dan pestisida berbahan organik yang aman dikonsumsi. Selain itu nasi dari beras organik lebih *empuk* dan *pulen*, bahkan daya simpannya lebih baik dibanding beras biasa (Andoko, 2005). Keunggulan-keunggulan tersebut menegaskan bahwa beras organik memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi dibandingkan dengan beras non organik.

Perkembangan pasar beras organik beberapa tahun belakangan ini semakin baik. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang sudah beralih, dari konsumsi beras non organik (beras konvensional) menjadi beras organik. Konsumen beras organik lebih mementingkan kesehatan dari segalanya, sehingga harga beras organik yang cenderung lebih tinggi tidak akan menjadi masalah.

Harga beras organik tertinggi yang ditunjukkan pada Tabel 1 adalah beras organik merk Diabetes Holistic Super Organic, yaitu Rp 75.888/ kg. Rata-rata harga beras organik bermerk hasil survei YLKI tahun 2015 adalah

Rp 23.000/ kg. Rata-rata harga tersebut jauh lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata harga beras konvensional yang hanya mampu mencapai harga Rp 10.000/ kg. Harga beras organik yang lebih mahal dari beras konvensional akan memberikan keuntungan secara finansial yang lebih tinggi bagi produsen (petani padi organik). Petani tidak perlu takut untuk bersaing dengan pertanian padi konvensional karena saat ini beras organik merupakan jenis beras yang akan diburu oleh pasar.

Tabel 1. Harga Jual Beras Organik 2017

No	Merek>Nama Produk	Berat Bersih	Harga (Rp)
1	Beras RISO	2 Ltr	Rp. 58.190
2	Hotel Quality Brand Beras Organik Kepala Super	2 Kg	Rp. 42.400
3	Beras Rajawali	2.5 Kg	Rp. 67.300
4	Beras Bio Organic	2 Kg	Rp. 33.990
5	Bio Cell Organic Rice	1 Kg	Rp. 24.990
6	Pure Green Premium Beras Organik Pandan Wangi	1 Kg	Rp. 33.500
7	Organic Land dan Organic Rice	1 Kg	Rp. 32.600
8	Giant Beras Organik Mentik Wangi	2 Kg	Rp. 59.990
9	Ambrosia Setra Ramos Organic Rice	2 Kg	Rp. 47.300
10	Mentariku Putri Putih Pulen	2.5 Kg	Rp. 74.790
11	Hotel Quality Brand White Rice Pandan Wangi	2 Kg	Rp. 52.600
12	U.D. PADI Diabetes Holistic Super Organic	2 Kg	Rp. 75.800
13	Padi Unggul Mentik Wangi	2 Kg	Rp. 49.900
14	Butik Beras The Healty Rice Of Everyone	2 Kg	Rp. 45.900
15	Healthy Choice Beras Organik Pandan Wangi	1 Kg	Rp. 38.000
16	Healthy Choice Beras Rojolele Super Organik	1 Kg	Rp. 35.000
17	MUTUKU Organic Rice	2 Kg	Rp. 49.200
18	SUNRIA Pandan Rice	1 Kg	Rp. 35.500
19	Organic Life Pandan Wangi Organic	2 Kg	Rp. 62.000
20	Daily Choice By The food hall Organic White Inpari Rice	2 Kg	Rp. 43.110

Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (2017)

Kebutuhan beras organik baik di pasar lokal maupun ekspor dari tahun ke tahun juga terus berkembang. Biocert (2008) menyatakan bahwa potensi ekspor ke negara-negara Asean dan Timur Tengah adalah sebesar 100.000 ton. Jumlah ini belum mencapai 10% dari kebutuhan pasar global. Pasar pangan organik di negara-negara Eropa, Oseania, Amerika Serikat, dan Kanada, diperkirakan akan tumbuh rata-rata sekitar 12,5% hingga tahun 2005 (Goenadi dan Isroi, 2003). Kebutuhan beras organik di Pulau Jawa sendiri semakin meningkat. Permintaan beras organik datang dari konsumen yang tinggal di kota-kota besar di Pulau Jawa seperti Jakarta, Bekasi, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Tingginya permintaan tersebut mendorong berkembangnya pertanian padi organik di Pulau Jawa.

Penerapan metode bertanam secara organik mulai dikenal sejak pertengahan tahun 1980 yang sebagian besar dipelopori oleh perseorangan dan lembaga non-pemerintah. Pemerintah menunjukkan dukungannya pada pengembangan pertanian organik dengan mencanangkan program “Go Organic 2010” pada tahun 2001, guna menunjang pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, terutama di sektor pertanian dan pangan (Herawati, 2014). Tujuan utama program ini bukan hanya mencapai ketahanan pangan domestik, tetapi juga menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara produsen padi dan beras organik utama di dunia.

Pertanian padi organik di Purworejo sudah mulai dikenal pada tahun 2010. Pemda Kabupaten Purworejo bersama dengan Dinas Pertanian mengembangkan *System of Rice Intensification* (SRI) organik pada lahan sawah seluas 200 ha (Malik, 2010). Lahan sawah yang sudah dimanfaatkan untuk pertanian padi organik pada tahun 2015 sudah mencapai 23,33 Ha dan mengalami kenaikan setiap tahunnya. Varietas padi yang cocok ditanam secara organik hanya jenis alami. Beberapa tempat di Indonesia khususnya di Kabupaten Purworejo, masih ada petani yang menanam padi varietas alami seperti rojolele, mentik, pandan wangi, sintanur, jasmin dan janur. Oleh karena itu, petani dapat dengan mudah mendapatkan benihnya.

Tabel 2. Petani Pelaku SRI Organik di Kabupaten Purworejo

No	Kecamatan	Desa	Varietas Padi Organik	Jumlah Petani	Luas (Ha)
1	Purwodadi	Jenar	Sintanur, Janur, Ketan, dan Superwin	9	1,90
2	Banyu Urip	Candingasinan	Sintanur, Beras Hitam, dan Pandan Wangi	15	1,70
		Popongan	Janur	9	1,06
		Kledung Karangdalem	Sintanur dan Pandan Wangi	2	0,25
3	Ngombol	Ringgit	Janur, Beras Merah dan Beras Hitam	19	6,00
		Kaliwungu	Sintanur	13	3,00
		Susuk	Pandang wangi, Janur, dan Jasmin	10	2,25
		Wasiat	Sintanur, Pandang wangi, Janur, dan Jasmin	13	3,08
		Rusukan	Janur dan Beras Hitam	13	1,58
4	Bayan	Sucen Jurutengah	Sintanur	11	2,12
5	Pituruh	Brangkolan	Pandang wangi dan Janur	2	0,23
6	Bener	Kali Urip	Janur	2	0,16
Jumlah				199	23,33

Sumber: Persatuan Petani (PETA) Organik Purworejo (2015)

Tabel Petani Pelaku SRI Organik menunjukkan bahwa jumlah petani yang membudidayakan padi organik di Kabupaten Purworejo pada Tahun 2015 adalah 199 orang dengan luas lahan sawah organik 23,33 ha. Terdapat dua desa yang dikenal sebagai penghasil beras organik di Kabupaten Purworejo, yaitu Desa Candingasinan di Kecamatan Banyu Urip dan Desa Ringgit di Kecamatan Ngombol. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan atas pertimbangan sebagai berikut.

1. Desa Ringgit memiliki lahan pertanian padi organik yang luas, dan sudah memiliki produk beras organik Bogowonto yang dikenal di beberapa kota besar di Pulau Jawa, sedangkan Desa Candingasinan telah memiliki produk beras organik Dewi Sri.
2. Kedua desa tersebut memiliki jumlah petani organik yang lebih banyak dibandingkan dengan desa lain di Purworejo.
3. Desa Ringgit memiliki gudang sortir beras organik sendiri.

Pemasaran beras organik masih terkendala dengan minimnya tingkat produktivitas beras organik serta sistem distribusinya. Tingginya permintaan terhadap beras organik idealnya dapat menjadi peluang yang bagus bagi produsen dan pelaku pemasaran untuk menawarkan produk beras organik

tersebut. Namun kondisi di lapangan menunjukkan bahwa pemasaran beras organik di daerah penelitian masih sebatas antar kabupaten/kota di sekitarnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dan penyusunan skripsi dengan judul **“Analisis Perbandingan Rantai Distribusi Beras Organik di Desa Candingasinan, Kecamatan Banyu Urip dan Desa Ringgit, Kecamatan Ngombol, Kabupaten Purworejo”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. bagaimanakah produktivitas beras organik di Desa Candingasinan dan Desa Ringgit, Kabupaten Purworejo?
2. faktor dominan apa yang mempengaruhi produksi beras organik di Desa Candingasinan dan Desa Ringgit, Kabupaten Purworejo?
3. bagaimanakah perbandingan rantai distribusi dan jangkauan pemasaran beras organik di Desa Candingasinan dan Desa Ringgit, Kabupaten Purworejo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. mengetahui produktivitas beras organik di Desa Candingasinan dan Desa Ringgit, Kabupaten Purworejo,
2. menganalisis faktor dominan yang mempengaruhi produksi beras organik di Desa Candingasinan dan Desa Ringgit, Kabupaten Purworejo, dan
3. menganalisis perbandingan rantai distribusi dan jangkauan pemasaran beras organik di Desa Candingasinan dan Desa Ringgit, Kabupaten Purworejo.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini di antaranya adalah:

1. dapat memberikan paradigma baru untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk lebih memilih mengkonsumsi beras organik,

2. penelitian ini bermanfaat sebagai acuan dalam mendesain rantai distribusi alternatif beras organik di Kabupaten Purworejo, dan
3. penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan kajian tentang masalah pembangunan ekonomi, khususnya pada bidang pertanian.

1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Telaah Pustaka

1.5.1.1 Pertanian

Menurut Mosher (1966), pertanian adalah suatu bentuk produksi yang khas, yang didasarkan pada proses pertumbuhan tanaman dan hewan. Petani mengelola dan merangsang pertumbuhan tanaman dan hewan dalam suatu usaha tani, dimana kegiatan produksi merupakan bisnis, sehingga pengeluaran dan pendapatan sangat penting artinya. Definisi lain pertanian adalah hal yang substansial dalam pembangunan, yaitu sebagai pemenuhan kebutuhan pangan, penyedia bahan mentah untuk industri, penyedia lapangan kerja, dan penyumbang devisa negara (Winangun, 2005).

Sektor pertanian merupakan sektor yang mempunyai peranan strategis dalam struktur pembangunan perekonomian nasional. Upaya pembangunan sektor pertanian salah satunya dengan revolusi hijau yang populer di era Orde Baru. Revolusi hijau adalah suatu perubahan cara bercocok tanam dari cara tradisional berubah ke cara modern dengan tujuan utama untuk meningkatkan produktivitas pertanian. Revolusi ini ditandai dengan adanya pembuatan bibit unggul, pemupukan tanaman, serta pemberantasan hama dan penyakit secara intensif. Revolusi hijau pada awalnya membawa dampak positif bagi kehidupan manusia terutama dalam pemenuhan kebutuhan pangan, dan bahkan membawa Indonesia dalam masa swasembada pangan. Revolusi hijau di sisi lain memberikan dampak negatif. Pemberian pupuk kimia maupun pestisida kimia berlebihan pada lahan pertanian sawah merusak lingkungan hidup dan kesehatan manusia.

Tanaman secara alami membutuhkan hara tanah yang berasal dari dedaunan dan bermacam organisme lain yang mengalami penguraian (Andoko, 2005). Adanya revolusi hijau yang menuntut intensifikasi hasil pertanian membuat petani cenderung memberikan tambahan zat makanan (pupuk) untuk memacu pertumbuhan tanaman. Penggunaan bahan kimia dapat merusak tanah. Pemberian pupuk kimia secara terus-menerus menyebabkan struktur tanah yang secara alami remah menjadi keras atau lebih liat.

Revolusi hijau yang menekankan pada intensifikasi pertanian yang memusatkan perhatian pada satu jenis tanaman di areal yang sangat luas. Sistem pertanian ini menimbulkan keadaan eksplosif yaitu dengan bertambahnya populasi jenis hama atau serangga tertentu. Petani mengembangkan pestisida untuk mengatasi masalah tersebut, namun usaha membasmi hama menggunakan pestisida justru mencemari lingkungan dan membawa ancaman penyakit dan kematian. Bahan aktif yang terkandung dalam pestisida baik yang tertelan bersama makanan, terhirup, maupun kontak langsung dengan kulit secara berulang memicu kanker. Dampak lain dari penggunaan pestisida untuk mengatasi hama atau pun gulma ikut mengganggu aktivitas makhluk hidup dalam tanah mulai dari jasad renik, cacing tanah, dan hewan-hewan predator hama di lahan pertanian.

Belajar dari dampak negatif penggunaan pupuk dan pestisida kimia, manusia mencari alternatif pengolahan pertanian yang lebih aman dan baik untuk lingkungan dan kesehatan manusia. Alternatif pengolahan pertanian tersebut adalah dengan sistem pertanian organik. Ciri utama pertanian organik adalah penggunaan penggunaan varietas lokal yang alami, penggunaan pupuk dan pestisida organik.

1.5.1.2 Pertanian Padi Organik

Beras organik merupakan beras yang berasal dari padi yang dibudidayakan secara organik atau tanpa pengaplikasian pupuk kimia dan

pestisida kimia (Andoko, 2005). Keunggulan beras organik dibandingkan dengan beras konvensional adalah penggunaan pupuk dan pestisida berbahan organik yang aman dikonsumsi. Nasi dari beras organik lebih empuk dan pulen, bahkan daya simpannya lebih baik dibandingkan beras biasa yakni bertahan hingga 48 jam. Kadar kalori dalam beras organik cukup rendah sehingga cocok dikonsumsi untuk diet.

Pertanian organik adalah pertanian yang berdasarkan pada kesehatan/keseimbangan agroekosistem lahan (Andoko, 2005). Agroekosistem yang sehat dimulai dari ekologi tanah yang baik. Keberadaan bahan organik dalam tanah turut memperbaiki dan membangun sifat fisik, biologi dan kimia tanah. Bahan organik yang cukup menjamin ketersediaan makanan bagi tanaman untuk tumbuh optimal dan menghasilkan produksi yang tinggi. Pertumbuhan optimal tanaman padi bisa dicapai dengan manajemen sistem perakaran tanaman berdasarkan pengelolaan tanah.

1.5.1.3 Hasil Pertanian Padi Organik

Hasil pertanian padi organik memiliki manfaat yang besar bagi kesehatan dan berperan dalam menjaga keseimbangan agroekosistem lahan. Interaksi antara tanaman dengan lingkungannya merupakan salah satu syarat bagi peningkatan produksi padi. Iklim dan cuaca merupakan faktor lingkungan fisik esensial bagi produktivitas tanaman yang sulit dimodifikasi sehingga secara langsung dapat mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan tanaman tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi produksi pertanian, yaitu fisik (curah hujan, iklim, tanah, topografi atau lereng, dan air) dan faktor non-fisik seperti tenaga kerja, modal, pengelolaan, dan teknologi (Agustin, 2012). Faktor fisik yang mempengaruhi produksi pertanian padi yaitu:

- a. Curah hujan dan Iklim

Tanaman padi secara umum membutuhkan suhu minimum 11°-25°C untuk perkecambahan, 22°-23°C untuk pembungaan, 20°-25°C untuk pembentukan biji, dan suhu yang lebih panas dibutuhkan untuk semua pertumbuhan karena merupakan suhu yang sesuai bagi tanaman padi khususnya di daerah tropis. Suhu udara dan intensitas cahaya di lingkungan sekitar tanaman berkorelasi positif dalam proses fotosintesis, yang merupakan proses pemasakan oleh tanaman untuk pertumbuhan tanaman dan produksi buah atau biji (Aak, 1990).

Produksi padi di daerah yang beriklim kering cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan daerah yang beriklim basah, Daerah beriklim basah akan menyebabkan padi mudah terserang penyakit. Tanaman padi sangat tumbuh dengan baik di daerah yang berhawa panas dan banyak mengandung uap air dengan curah hujan rata-rata 200mm/bulan atau lebih, dengan distribusi merata selama 4 bulan masa tanam. Curah hujan yang cocok untuk pertanian padi adalah 1500-2000 mm/tahun (Surowinoto, 1982).

b. Jenis Tanah

Menurut Djaenuddin dkk (2003), kelas drainase yang cocok bagi pertumbuhan tanaman padi yaitu agak drainasi agak terhambat sampai terhambat. Tanah pada kondisi drainase agak terhambat memiliki konduktivitas hidrolik agak rendah dan daya menahan air rendah sampai sangat rendah. Tanah demikian cocok untuk pertanian padi dan sebagian kecil tanaman lainnya. Drainase atau pembuangan air bertujuan untuk mengatur tata air dalam tanah terutama di zona perakaran tanaman, agar perkembangan akar tanaman berada dalam keadaan yang menguntungkan.

c. Topografi atau Lereng

Penanaman padi membutuhkan lahan yang relatif datar, sehingga sangat dibatasi oleh kemiringan lereng. Lahan yang memiliki lereng sesuai untuk pertanian padi adalah berkisar antara 0-15%. Lahan yang masuk dalam kategori sangat sesuai memiliki lereng 0-3%, sedangkan

yang cukup sesuai memiliki kisaran lereng 3-8%, dan lahan yang sesuai marginal berada pada kisaran lereng 8-15% (Sarwono,2007).

d. Air

Air sangat diperlukan bagi pertumbuhan padi organik. Pertumbuhan tanaman sangat bergantung pada ketersediaan air dalam tanah. Air dibutuhkan tanaman untuk membuat karbohidrat di daun, menjaga hidrasi protoplasma, mengangkut makanan dan unsur mineral, dan mempengaruhi serapan unsur hara oleh akar tanaman (Hakin dkk, 1986).

Sistem pengairan sawah irigasi terbagi menjadi 3 jenis yaitu irigasi teknis, semi teknis, dan tradisional (temang, 2013). Jaringan irigasi teknis memiliki bangunan sadap permanen, dan memiliki pemisah dan saluran pembuangan. Jaringan irigasi teknis memungkinkan pengukuran aliran, pembagian air irigasi, dan pembuangan air secara efisien. Jaringan irigasi semi teknis memiliki bangunan bendung yang terletak di sungai lengkap dengan pintu pengambilan tanpa bangunan pengukur di bagian hilirnya. Jaringan irigasi tradisional tidak memiliki pengukur atau pengatur pembagian air karena jenis irigasi ini biasanya dibangun pada daerah yang datar dengan persediaan air yang melimpah.

Faktor non-fisik yang mempengaruhi produksi padi organik adalah sebagai berikut:

a. Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia yang dimaksud dengan pertanian padi organik adalah tenaga kerja. Tenaga kerja merupakan suatu alat kekuatan fisik dan otak manusia yang ditujukan untuk usaha produksi.

b. Modal

Modal dalam arti ekonomi merupakan hasil produksi yang digunakan untuk menghasilkan produksi selanjutnya. Menurut sifatnya, modal dibedakan menjadi 4 modal tetap, modal bergerak, modal fisik, dan modal manusiawi. Modal tetap dalam pertanian padi

organik meliputi mesin, bangunan, lahan, dan alat-alat pertanian. Modal bergerak adalah barang-barang modal yang dipakai dalam proses produksi dan habis terpakai dalam proses produksi seperti pupuk. Modal fisik atau material meliputi alat pertanian, bibit, pupuk, ternak, dan bangunan. Modal manusiawi contohnya seperti biaya untuk pelatihan bagi petani pelaku pertanian padi organik.

c. Pengelolaan

Manajemen atau pengelolaan merupakan seni untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan sumberdaya yang tersedia. Kemampuan mengelola pertanian organik yang baik akan menghasilkan produk padi organik yang baik.

d. Teknologi

Faktor teknologi merupakan faktor tambahan yang masuk ke masing-masing faktor baik fisik maupun non-fisik.

5.1.1.4 Konsep distribusi

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (*utility*) waktu, tempat, dan pengalihan hak milik. Aspek penting yang terlibat di faedah tersebut adalah lembaga yang berfungsi sebagai saluran distribusi (*channel of distribution/ marketing channel*) dan aktivitas yang menyalurkan arus fisik barang (*physical distribution*).

Saluran distribusi menurut Winardi (1989) dalam Ariwibowo (2013) merupakan suatu kelompok perantara yang berhubungan erat satu sama lain dan yang menyalurkan produk-produk kepada pembeli. Kotler dan Armstrong (2001) mengemukakan bahwa saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau

dikonsumsi. Saluran distribusi pada dasarnya merupakan perantara yang menjembatani antara produsen dan konsumen.

Perantara tersebut dapat digolongkan kedalam dua golongan, yaitu pedagang perantara dan agen perantara. Perbedaannya terletak pada aspek pemilikan serta proses negoisasi dalam pemindahan produk yang disalurkan tersebut. Pengertian dari pedagang perantara dan agen perantara sebagai berikut:

a. Pedagang perantara

Pada dasarnya, pedagang perantara bertanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang dipasarkannya atau dengan kata lain pedagang mempunyai hak atas kepemilikan barang. Ada dua kelompok yang termasuk dalam pedagang perantara, yaitu pedagang besar dan pengecer. Podusen juga dapat bertindak sekaligus sebagai pedagang, karena selain membuat barang juga memperdagangkannya.

b. Agen perantara

Agen perantara tidak mempunyai hak milik atas semua barang yang mereka tangani. Agen perantara dapat digolongkan menjadi 2, yaitu agen penunjang dan agen pelengkap.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001), agar suatu kegiatan penyaluran barang dapat berjalan dengan baik, maka para pemakai saluran pemasaran harus mampu melakukan sejumlah tugas penting, yaitu:

- Penelitian yaitu melakukan pengumpulan informasi penting untuk perencanaan dan melancarkan pertukaran.
- Promosi yaitu pengembangan dan penyebaran informasi yang persuasif mengenai penawaran.
- Kontak yaitu melakukan pencarian dan menjalin hubungan dengan pembeli.
- Penyelarasan yaitu mempertemukan penawaran yang sesuai dengan permintaan pembeli termasuk kegiatan seperti pengolahan, penilaian dan pengemasan.

- Negosiasi yaitu melakukan usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan lain-lain sehubungan dengan penawaran sehingga pemindahan kepemilikan atau penguasaan bias dilaksanakan.
- Distribusi fisik yaitu penyediaan sarana transportasi dan penyimpanan barang.
- Pembiayaan yaitu penyediaan permintaan dan pembiayaan dana untuk menutup biaya dari saluran pemasaran tersebut.
- Pengambilan resiko yaitu melakukan perkiraan mengenai resiko sehubungan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran tersebut.

1.5.1.5 Pemasaran dan Rantai Distribusi Hasil Pertanian

Pasar atau Market adalah sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi sebuah produk atau kelompok produk tertentu (pasar perumahan atau bahan makanan). Pemasaran yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Armstrong, 2001).

Pemasaran pada intinya adalah kegiatan pertukaran antara sekumpulan penjual dan sekumpulan pembeli. Penjual memberikan barang dan jasa serta melalui aktifitas komunikasi, sedangkan pembeli memberikan uang dan informasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen. Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang diterimanya apabila membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik barang maupun jasa, sedangkan kinerja atau hasil yang dirasakan merupakan persepsi pelanggan yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang telah dibeli (Lakasana, 2008).

Tingkatan dalam saluran pemasaran menurut Lakasana (2008) meliputi:

- a. Saluran nol tingkat atau saluran pemasaran langsung (*A Zero Level Channel*). Produsen menjual langsung kepada konsumen.

- b. Saluran satu tingkat (*A one-level channel*). Mempunyai satu perantara penjualan yang sekaligus merupakan pengecer (*retailer*), sedangkan dalam pasar industri merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.
- c. Saluran dua tingkat (*A two-level channel*). Mempunyai dua perantara penjualan. Di dalam pasar konsumen mereka merupakan grosir atau pedagang besar (*whole saler*), dan sekaligus pengecer (*retailer*), sedang dalam pasar industri mereka mungkin merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.
- d. Saluran tiga tingkat (*A three-level channel*). Mempunyai tiga perantara penjualan, yaitu grosir, pemborong (*jobber*), dan pengecer, seorang pemborong biasanya ada di tengah antara grosir dan pengecer.

Menurut Syafi'i dalam Sutrisno (2009) pelaku atau lembaga perantara yang ikut terlibat dalam proses distribusi komoditas pertanian dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- tengkulak adalah pembelian hasil pertanian pada waktu panen dilakukan oleh perseorangan dengan tidak terorganisir, aktif mendatangi petani produsen untuk membeli hasil pertanian dengan harga tertentu.
- pedagang pengumpul yaitu pedagang yang membeli hasil pertanian dari petani dan tengkulak, baik secara individual maupun secara langsung,
- pedagang besar adalah pedagang yang membeli hasil pertanian dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul atau langsung dari petani.
- pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli hasil pertanian dari petani atau tengkulak dan pedagang pengumpul kemudian dijual kepada konsumen akhir (rumah tangga). Pengecer biasanya berupa toko-toko kecil atau pedagang kecil di pasar.

1.5.1.6 Masalah Pemasaran Komoditi Pertanian

Beberapa permasalahan yang sering muncul dalam pemasaran komoditi pertanian menurut Soekartawi (1993), yaitu:

- a. Tidak tersedianya komoditi pertanian dalam jumlah yang cukup dan kontinue.
- b. Harga Komoditi sering berfluktuasi secara tajam, yang bukan saja berpengaruh terhadap ketidakstabilan pendapatan produsen dan tingkat konsumsi masyarakat, melainkan juga keadaan seperti ini akan memperbesar resiko pemasaran. Bila hal ini terjadi maka biaya pemasaran menjadi besar dan efisiensi pemasaran menjadi rendah.
- c. Tidak efisiennya para pelaku pasar dalam melakukan kegiatan. Misalnya, pedagang perantara berfungsi pula sebagai pengumpul. Ketidakjelasan tugas yang menjadi tanggung jawab lembaga pemasaran akan menjadikan mekanisme pemasaran tidak efisien.
- d. Tidak memadainya fasilitas, misalnya sistem transportasi, gudang, tempat komoditi pertanian dipasarkan dan lain-lain.
- e. Lokasi produsen dan konsumen yang terpencar juga merupakan masalah. Lokasi yang terpencar akan menyulitkan penyampaian barang dari produsen ke konsumen. Misalnya padi organik yang diproduksi di Pulau Jawa menjadi sangat mahal apabila dipasarkan di Indonesia bagian Timur.
- f. Kurang lengkapnya informasi pasar atau pemanfaatan informasi pasar yang belum baik, karena pelaku pasar bertindak secara subsistem (rutin) sehingga apapun yang terjadi di luar kebiasaan yang mereka lakukan dianggap kurang penting.
- g. Kurangnya pengetahuan terhadap pemasaran disebabkan karena lemahnya penguasaan aspek-aspek manajemen, sehingga pelaku pasar tidak bekerja secara profesional.
- h. Kurangnya modal sehingga investasi dalam kegiatan pemasaran menjadi lemah.
- i. Kurangnya respon dari produsen terhadap permintaan pasar.
- j. Tidak memadainya peraturan-peraturan yang ada, sehingga mekanisme pasar menjadi tidak efisien.

1.5.2 Penelitian Sebelumnya

Ade Supriatna (2003) dalam penelitiannya tentang Analisis Sistem Pemasaran Gabah/Beras Studi Kasus Petani Padi di Sumatra Utara. Secara rinci, penelitian tersebut bertujuan untuk menggambarkan keragaan alur pemasaran gabah/beras mulai dari petani (produsen) sampai konsumen akhir, menganalisis komponen biaya dan margin pemasaran pada setiap pelaku pemasaran, serta mengidentifikasi karakteristik dan permasalahan pada setiap pelaku pemasaran. Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan kebijakan dalam perbaikan sistem pemasaran gabah/beras nasional terutama di Propinsi Sumatra Utara. Penelitian ini bersifat deskriptif menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal (PRA)* dengan pendekatan *Snow Ball Sampling*.

Penelitian yang dilakukan oleh Raj K. Adhikari (2011) bertujuan untuk menghitung rasio biaya produksi, profit, dan keuntungan dari pertanian padi organik, mengestimasi *factor share* dalam pertanian padi organik di Chitwan, Nepal, dan mengidentifikasi sistem pemasaran dan marketing channel pertanian padi organik di Chitwan, Nepal. Studi kasus ini dilakukan dengan wawancara dengan produsen beras, pengambilan sampel dengan metode *simple random sampling*. Informasi yang diperoleh disajikan dalam tabel yang kemudian dianalisis menggunakan SPSS. Hasil perhitungan biaya produksi, analisis profit dan keuntungan, serta analisis karakteristik lahan lahan pertanian dan petani padi organik di Chitwan, Nepal.

Ratih Hildayani dkk (2013) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pemasaran Beras di Desa Sidondo, Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran beras, besarnya margin pemasaran yang diperoleh setiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran beras, besarnya bagian harga yang diterima oleh petani pada masing-masing saluran pemasaran beras, dan mengetahui efisiensi pemasaran beras di Desa Sidondo I Kecamatan Sigi Biromaru. Penelitian menggunakan

metode sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling Method*). Selain itu untuk menentukan responden pedagang digunakan metode penjajakan responden (*Tracing Sampling Method*).

Vinia Anasfisia (2015) melakukan penelitian mengenai jaringan perdagangan padi dan beras di Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Tujuan dari penelitian tersebut yakni mengetahui variasi produktivitas padi dan mengetahui pola-pola rantai nilai serta jaringan spasial perdagangan padi dan beras di wilayah penelitian. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei terhadap petani dan pelaku pemasaran padi dan beras di wilayah kajian menggunakan teknik *snowball sampling*. Analisis data menggunakan analisis kuantitatif deskriptif dan analisis pendekatan keruangan terhadap jaringan perdagangan padi dan beras.

Keempat penelitian di atas memiliki kesamaan tujuan, yaitu mengkaji masalah jaringan perdagangan beras. Penelitian ini memiliki kesamaan objek penelitian dengan Raj Adhikari, dan dalam metode pengambilan sampel yang dilakukan oleh Ade Supriyatna dan Vinia Anasfisia, yaitu *snowball sampling* dengan petani sebagai *starting point*, sementara metode analisis yang digunakan mengambil referensi dari penelitian Ratih Hildayani. Perbedaan dari masing-masing penelitian adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan. Keunggulan penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya adalah:

- a. Pendekatan geografi yang lebih ditekankan dalam menganalisis secara komprehensif tentang faktor yang mempengaruhi produksi padi organik baik secara fisik maupun non-fisik menggunakan prinsip interelasi.
- b. Analisis spasial terhadap wilayah jangkauan penjualan beras organik.
- c. Lokasi penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Candingasinan, Kecamatan Banyu Urip dan Desa Ringgit, Kecamatan Ngombol, Kabupaten Purworejo.

Sebelum penelitian ini dilaksanakan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki metode ataupun kajian yang sama di daerah penelitian yang berbeda, antara lain:

Tabel 3. Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul penelitian	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	Ade Supriatna	Analisis Sistem Pemasaran Gabah/Beras Studi Kasus Petani Padi di Sumatra Utara	1. Menggambarkan keragaan alur pemasaran gabah/beras mulai dari petani (produsen) sampai konsumen akhir, 2. Menganalisis komponen biaya dan margin pemasaran pada setiap pelaku pemasaran 3. Mengidentifikasi karakteristik dan permasalahan pada setiap pelaku pemasaran	Penelitian ini bersifat deskriptif menggunakan metode <i>Participatory Rural Appraisal (PRA)</i> dengan pendekatan <i>snowball sampling</i> dimana petani sebagai titik awal (<i>starting point</i>)	Mata rantai pemasaran gabah/beras, komponen biaya dan margin pemasaran, dan karakteristik dan permasalahan pelaku pasar.
2.	Raj K. Adhikari	<i>Economics Of Organic Rice Production</i> , Studi Kasus di Chitwan, Nepal	1. Menghitung rasio biaya produksi, profit, dan keuntungan dari pertanian padi organik 2. Mengestimasi <i>factor share</i> dalam pertanian padi organik di Chitwan, Nepal. 3. Mengidentifikasi sistem pemasaran dan <i>marketing channel</i> pertanian padi organik di Chitwan, Nepal.	Study kasus ini dilakukan dengan wawancara dengan produsen beras, pengambilan sampel dengan metode <i>simple random sampling</i> . Informasi yang diperoleh disajikan dalam tabel yang kemudian dianalisis menggunakan SPSS.	Hasil perhitungan biaya produksi, analisis profit dan keuntungan, serta analisis karakteristik lahan lahan pertanian dan petani padi organik di Chitwan, Nepal.
3	Ratih Hildayani	Analisis Pemasaran Beras di Desa Sidondo, Kecamatan Sigi	1. Mengetahui saluran pemasaran beras 2. Mengetahui besarnya margin pemasaran yang diperoleh setiap lembaga pemasaran	Penelitian ini menggunakan metode sampel acak sederhana (<i>simple random</i>	Saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran beras di Desa Sidondo,

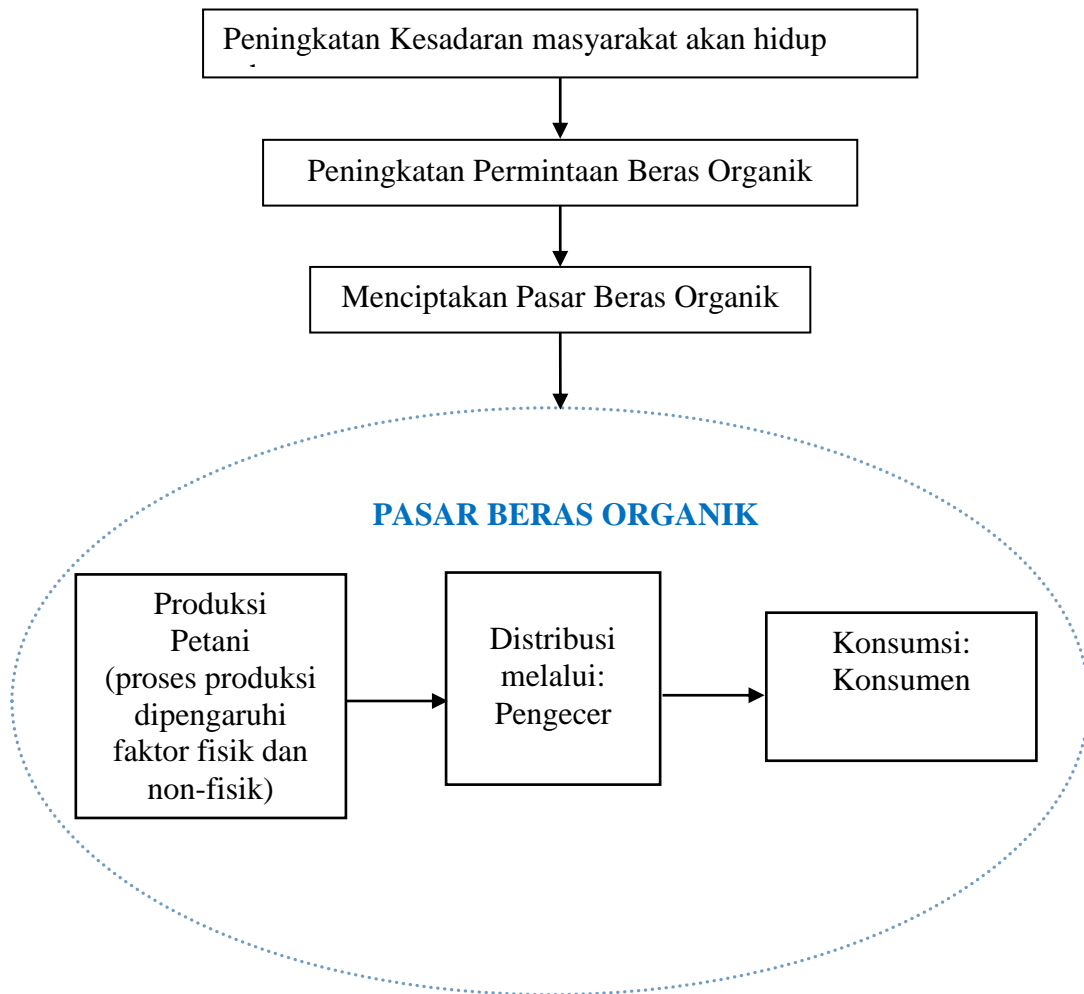
	dkk	Biromaru, Kabupaten Sigi	<p>pada masing-masing saluran pemasaran beras</p> <p>3. Besarnya bagian harga yang diterima oleh petani pada masing-masing saluran pemasaran beras</p> <p>4. Mengetahui efisiensi pemasaran beras</p>	<p><i>Sampling method</i>). Selain itu untuk menentukan responden pedagang digunakan metode Penjajakan responden (<i>tracing sampling method</i>). Analisis data secara kuantitatif deskriptif.</p>	Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi
4	Vinia Anasfisia	Analisis Jaringan Perdagangan padi dan beras di Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat	<p>1. Mengetahui variasi produktivitas padi di wilayah kajian</p> <p>2. Mengetahui pola rantai nilai jaringan spasial perdagangan padi dan beras di wilayah kajian</p>	<p>Metode yang digunakan adalah survei lapangan, pengambilan sampel menggunakan teknik <i>snowball sampling</i>. Hasil survei dianalisis secara kuantitatif deskriptif dan menggunakan pendekatan keruangan untuk mengkaji jaringan perdagangannya.</p>	Variasi produktivitas padi dan pola rantai nilai jaringan perdagangan padi dan beras di wilayah kajian.
5	Raina Rahmawati	Analisis Perbandingan Rantai Distribusi Beras Organik di Desa Candingasinan dan Desa Ringgit, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah	<p>1. Mengetahui produktivitas beras organik di wilayah kajian</p> <p>2. Menganalisis faktor dominan yang mempengaruhi produksi padi organik di wilayah kajian</p> <p>3. menganalisis perbandingan rantai distribusi dan jangkauan pemasaran beras organik di wilayah kajian</p>	<p>Metode yang digunakan adalah survei lapangan, pengambilan sampel menggunakan <i>snowball sampling</i>. Hasil dari survei lapangan kemudian dianalisis secara deskriptif.</p>	Hasil yang diharapkan meliputi produktivitas beras organik, analisis faktor dominan yang mempengaruhi produksi padi organik serta analisis perbandingan rantai distribusi dan jangkauan pemasaran beras organik di wilayah kajian.

1.6 Kerangka Pemikiran

Intensifikasi pertanian dengan menggunakan cara bercocok tanam padi bibit unggulan hasil persilangan (padi hibrida), penggunaan pupuk dan pestisida berbahan kimia membawa dampak buruk bagi lingkungan dan kesehatan manusia. Namun, dewasa ini manusia mulai mengerti akan pentingnya hidup sehat dan mulai mengubah konsumsi makanan ke sumber pangan yang sehat dan alami seperti beras organik. Peningkatan kesadaran akan pentingnya hidup sehat dengan mengkonsumsi beras organik telah memacu peningkatan permintaan beras organik. Akan tetapi, peningkatan permintaan tersebut tidak sebanding dengan ketersediaan beras organik itu sendiri.

Ketersediaan beras organik dapat dilihat dari seberapa besar produktivitas padi organik di wilayah penghasil padi organik. Terdapat empat faktor yang mempengaruhi produksi pertanian padi organik, yaitu alam, tenaga kerja, modal, pengelolaan, teknologi. Faktor produksi alam dan tenaga kerja merupakan faktor primer, faktor modal dan pengelolaan merupakan faktor sekunder, sedangkan teknologi merupakan faktor tambahan. Faktor-faktor tersebut yang mempengaruhi besarnya produksi padi organik untuk pemenuhan permintaan konsumen.

Proses produksi hingga distribusi beras organik ke konsumen menciptakan menciptakan suatu rantai pemasaran. Pihak yang terlibat di dalam rantai tersebut meliputi petani yang memproduksi beras organik, pengecer atau retailer yang mendistribusikannya hingga sampai ke tangan konsumen.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

1.7 Batasan Operasional

Padi organik adalah padi yang disahkan oleh sebuah badan, untuk ditanam dan diolah menurut standar organik yang ditetapkan (Andoko, 2005).

Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi (Kotler dan Armstrong, 2001).

Retailer atau Pengecer adalah pedagang yang membeli hasil pertanian dari petani atau tengkulak dan pedagang pengumpul kemudian dijual kepada konsumen akhir. Pengecer biasanya berupa toko-toko kecil atau pedagang kecil di pasar.

Pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumberdaya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi, serta untuk mengelola lingkungan hidupnya.

Produksi adalah segala kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan atau menambah guna atas suatu benda, atau segala kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran (Partadireja, 1985)

Produktivitas adalah perbandingan antara hasil yang dicapai (*output*) dengan keseluruhan sumberdaya yang digunakan (*input*). Produktivitas memiliki dua dimensi. Dimensi pertama adalah efektivitas yang mengarah pada pencapaian target yang berkaitan dengan kualitas, kuantitas, dan waktu. Kedua yaitu efisiensi yang berkaitan dengan upaya membandingkan input dengan realisasi penggunaannya (Umar, 1999).

Produsen yaitu orang atau badan yang menghasilkan produk baik yang berwujud barang atau jasa.